

有的放矢：从策划行为谋求品牌认可

——《中国实用儿科杂志》“婴儿胆汁淤积性肝病”专题策划的实践

刘 杨 吕晓明 朱冰梅

中国实用医学杂志社, 110001, 沈阳

摘要 期刊品牌需要精心耕耘和不断创新。在“婴儿胆汁淤积性肝病”专题策划实践中,作者对选题、栏目、沟通及推广进行有的放矢的变通,成功彰显了品牌特色,提升了品牌影响力。

关键词 编辑;策划;品牌

Brand recognition from targeted planning behavior—"baby cholestatic liver disease" special planning practice of Chinese Journal of Practical Pediatrics // LIU Yang, LYU Xiaoming, ZHU Bingmei

Abstract Journal brands need careful cultivation and innovation. In the "infantile cholestatic hepatopathy" special planning practice, authors targeted the arrow at the targets, such as topics, columns, communication and promotion steps, successfully demonstrated the brand characteristics, and enhanced the brand influence.

Keywords editor; planning; brand

Authors' address Publishing House of Chinese Journals of Practical Medicine, 110001, Shenyang, China

品牌是一种观念存储和心理认同的结果,是读者心智中建立起的认知优势^[1-2]。为维持并提升这种优势,期刊必须在每一次的策划中因题、因况、因人制宜,并以精心耕耘品牌为信念,有的放矢,努力求新求变,彰显品牌特色,提升品牌影响力。《中国实用儿科杂志》2013年第4期的“婴儿胆汁淤积性肝病”专题策划收到了良好的社会效益与经济效益。

1 全方位的信息准备

要制作好的选题,编辑的学术敏感力相当重要。编辑要对“学术地图”了然于胸,即对所涉足领域的信息状况、动态以及布局耳熟能详,并运用敏锐的专业眼光与洞察力,对所获得的信息进行正确分析与判断^[3]。

1.1 在大量的信息储备中发现选题 编辑非常注重平日的专业修为,如常规阅读,经常深入基层参加临床实习和会诊,以及参加学术会议学习交流,利用一切机会尽可能与临床一线医生交流,并通过网络检索信息调查发现新的选题线索,等等。我们由此了解到,婴儿胆汁淤积症已成为目前中国儿童肝病的首位住院原因,严重影响儿童的健康,其中胆道闭锁给家庭和社会带来很大的精神及经济负担,成为中国儿童期肝病致残或致死的主要原因之一。婴儿胆汁淤积性肝病一直

困扰着临床医生;但随着近年来诊治水平的提高,一些既往被忽视或无法诊治的疾病先后得到明确诊断,且已达到针对性治疗。无论从医学进步角度,还是临床医生的知识需求,“婴儿胆汁淤积性肝病”具有很好的策划前景和空间。

1.2 有针对性地搜集专业信息 在找到选题线索后,编辑进一步查阅文献和专业书籍,并通过请教一些儿科消化专家了解到:近年国内虽有散在的相关文章发表,个别专家也曾某儿科杂志上发表过相关观点,但均未有过系统而透彻的选题策划成品出炉;而且,近年中国有关婴儿胆汁淤积症的诊疗水平虽取得了较大进展,但整体水平和国外相比仍有差距。于是,编辑再次查阅国外文献,又获取了一些成形的选题信息,尤其是日文杂志《小儿内科》2011年6月号为胆汁淤积相关疾病特辑,为本选题的策划构思提供了很有价值的参考。我们在征求本期选题策划意见时,均将这些宝贵资料同时附发给各位参谋专家作为参考,这有助于他们结合国内外的全面信息,为本期策划反馈更合理化的选题建议。

2 巧妙的栏目与选题策划

栏目是期刊的骨架,是期刊特色和风格的重要体现,形成期刊的亮点,是品牌的支柱,是期刊吸引作者和读者的磁石^[4-5]。本刊的特色之一是选题讲究体系,因而各栏目配置十分考究。经过多年实践与总结,本刊选题策划已形成独特的程序。主要步骤包括向编委、读者及通信员发送选题意见征求函,搜集整理选题意见,查询并阅读相关资料,设定多组选题,筛选可行选题,与在沈编委确定选题,责任编辑与执行编委细化选题分题及各栏目约稿,确定撰稿人,发送约稿函,聆听反馈等。

本期策划主旨具体落实在《述评》《专题笔谈》《论著》《短篇论著》《综述》这几个栏目内。《述评》设文1篇,从医疗进展与展望角度阐述话题,具备学术高度。《专题笔谈》设文5篇,选取5个临床关注的不同角度分述主题。《论著》《短篇论著》《综述》首篇内容亦均与主题相呼应。

其中,《专题笔谈》是本刊的重点栏目,是最能体

现本刊体系特色的品牌栏目,一向从实用角度出发^[6],根据专家、读者的意见及所搜集到的相关资料,我们设计了50个备选分题,之后经过反复筛选、讨论、推敲,最终提炼出5个切入点形成题眼,分别从发病机制、鉴别诊断、基因诊断、营养治疗与外科治疗方面有序展开,篇篇阐述临床最实用的问题点。其中涉及鉴别诊断1篇,为了满足一线临床医生的渴求,我们特别将题目聚焦于临床思维层面,以“鉴别诊断思路”命题,这一篇正是此期选题策划的精华篇。

此外,为使“1周内诊断法”(“鉴别诊断思路”一篇拟阐述的核心理论)这个读者很少接触的概念能够更好地得以诠释,我们特别策划并安排了1篇合理运用“1周内诊断法”进行科研的高质量论文作为《论著》栏目的首篇,从而呈现理论与实践案例的共同展现,促成本期一个非常抢眼的亮点。

《短篇论著》首篇设立了1篇 Citrin 蛋白缺陷所导致的特殊类别疾病的相关研究,以作为主栏目未涉及问题点的补充。《综述》首篇则从文献学角度对特定疾病进行系统的阐述。

由此可见,本期无论在整体还是局部均进行了精心的策划与安排,使得本期主题能够完美展现。主要体现在:1)栏目整体搭配协调有序,重头条目的分题设定十分精细;2)各栏目轻重得宜,辅助栏目设置与主题相得益彰;3)亮点突出,看点独到。

3 与作者沟通充分到位

编辑与作者的交流既是专业技术的交流,也是一种情感的交流。编辑与作者的沟通要“以人为本”,做好准备工作^[7-8]。

3.1 驾驭信息,做好调研 掌握作者的最新写作信息是主动出击型编辑模式下编辑必不可少的基本功。进入高层次的作者圈,更要求编辑充分发挥其驾驭信息的能力。责任编辑必须运用自身敏锐的观察力、判断力和较高的鉴赏能力去调查和发现作者,这是对编辑良好素质的考验。由于本期所选择的撰稿人均是权威专家,因此责任编辑特别注意阅读候选撰稿人近期发表的相关著作。这对于了解候选撰稿人的写作功力,成功说服最佳撰稿人接受邀稿,激发其写作热情,切实贯彻策划意图以及在与作者的互动中检验选题,都极为奏效。

3.2 立足出版,探讨学术 编辑利用自身信息的横断优势及多年累积的专业知识进行高端学术对话,以学术探讨之心与专家交流沟通,并以独特的出版角度和话语情感感染作者,说服作者。这是本期成功邀请到业内高端专家撰稿的关键之一。

例如,《述评》栏目的撰稿人董永绥教授,是胆汁

淤积性肝病方面研究造诣颇深的顾问级专家,德高望重自不必说,方方面面皆为本刊考虑。他不仅亲自执笔撰稿,而且文字及篇幅均为本期专题量身定制。这充分说明责任编辑此前与董教授的良好沟通是卓有成效的。在与这位老专家的沟通中,编辑体悟到,多年医学专业与前沿知识的积累,以及自身出版专业和语言素质等综合能力的修为,是能够调动专家参与兴趣的决定性因素。董教授曾多次与责任编辑沟通撰稿内容,并频繁表达对本刊的热衷和乐于与责任编辑沟通的愿望,他本人反馈给我们的一句话就是“与贵刊的编辑沟通有一种学习的快感”。

再如,华中科技大学同济医学院附属同济医院黄志华教授,是在胆汁淤积性肝病诊断方面有着近30年临床与科研经验的资深专家,他本人及其团队通过不断实践和完善,在其所在单位首创并总结了对此类疾病行之有效的1周内鉴别诊断方法。能成功邀请到他为本刊撰稿并将其所总结的独特的鉴别诊断方法首次全面系统地展现于本期撰文内,也是编辑经过多番沟通的结果,由此促成本期专题的一个独特的看点。

3.3 因人而异,因人制宜 专家各有所长,风格和情绪、倾向亦各异。编辑需要因人而异,因事而异,因时而异地与专家真诚沟通,方能众星云集,群英荟萃。

本期《专题笔谈》栏目的几位专家,是题目所涉及领域的学术佼佼者,分别是从事多年胆汁分析研究的孙梅教授,专研胆汁淤积性肝病诊断的黄志华教授,专门从事遗传性肝病诊断的王建设教授,专攻营养治疗的龚四堂教授,从事肝胆外科的专家李龙教授。尽管这些专家临床工作或行政事务繁忙,但仍愿意为本期专题尽心服务,有的甚至推掉其他期刊邀请,专为本刊撰稿。

在本期策划执行中,编辑深刻体会到:在与各路精英的交往中,编辑的见识、能力、魅力是至关重要的;编辑与撰稿人的良好沟通,达到感情深厚,也直接决定着稿件的质量。

4 刊发前后有效宣传与品牌延伸

4.1 策划与宣传同步进行 融入于策划交流过程中的宣传,是增加有效发行量的一个捷径。在期刊市场竞争异常激烈的今天,将策划与发行相结合,形成良性互动,无疑会为期刊带来双赢。在专题调研阶段,我们即为广泛传播制作本期选题的消息,利用话题的热度吸引了众多关注。在与专家尤其是不熟悉我们杂志的专家沟通时,编辑在取得各方专家认可之时也如实告知我们的期刊品牌特色及本期选题受欢迎程度的预期,同时告知我们拟筹划相关主题座谈会的计划。

4.2 召开座谈会延续品牌效应 举办专题研讨是期

刊品牌形象传播的重要手段,科技期刊如果能抓住“活动”这个点,加大形象传播的力度,将会大大加快品牌建设的速度^[9]。2014年2月末,以本期内容为蓝本,编辑部和武汉同济医院共同发起“婴儿胆汁淤积性肝病和婴儿肝炎综合征”专题研讨会,研讨内容包括对国内外有关婴儿胆汁淤积性肝病的认识(定义、诊断、治疗),对国内婴儿肝炎综合征的认识,有关婴儿期黄疸的各种临床问题。

此次研讨会的成功召开,不仅扩大了期刊品牌的知名度,而且促进了学术研究,取得了社会效益和经济效益的双丰收。会议吸引了很多知名业内专家及一线临床医生的关注:很多到场的知名专家(有一些从前并不相识)主动申请,希望有与我们期刊合作的机会;参会的许多基层医生也纷纷表示要更多阅读我们的杂志,并向杂志投稿;同时,会议当场及会议后,本期杂志的订购需求骤然上涨,数量可观。

本次研讨会取得了相当好的效果:不仅在于我们的精心筹备,更重要的是充分发挥了编委和专家的力量^[10]。本期的重量级撰稿专家黄志华教授是我们的编委,也是此方面专题的学术带头人,他的团队及所在单位是此次会议的合作者。在黄志华教授的积极参与和带动下,参与此次会议的专家不仅包括参与本期组稿及撰稿的所有专家,而且包括全国各地在此领域造诣深厚的专家。与会专家通过自由发言,提出了很多

对此方面疾病诊治的建设性意见,为促成此方面学术问题的共识迈出了坚实的一步。

5 参考文献

- [1] 宋咏堂. 论科技期刊品牌的内涵[J]. 编辑学报, 2004, 16(2): 87
- [2] 奥格威. 一个广告人的自白[M]. 北京: 中信出版社, 2008: 7
- [3] 刘岭. “学术地图”为科技期刊栏目经营导航[J]. 编辑学报, 2013, 25(4): 318
- [4] 曾桂芳, 周传敬, 刘淑萍, 等. 强化选题组稿 打造精品期刊[J]. 编辑学报, 2009, 21(5): 442
- [5] 李梅. 期刊栏目策划的重要性与原则[J]. 出版发行研究, 2008(4): 64
- [6] 朱冰梅, 陈婕, 王利鹏. 从实用出发编辑策划重点栏目: 以《中国实用儿科杂志》2009年第11期“专题笔谈”栏目策划为例[J]. 编辑学报, 2011, 23(2): 154
- [7] 谢葵. 创立科技期刊品牌应处理好的几种关系[J]. 编辑学报, 2010, 22(2): 169
- [8] 陆宜新. 科技期刊编辑与作者沟通前的准备[J]. 编辑学报, 2012, 24(2): 348
- [9] 陈相雨, 李桂芹. 论科技期刊品牌建设中的形象传播[J]. 编辑学报, 2010, 22(1): 4
- [10] 周立忠. 由科技期刊主办的学术会议选题方法探讨[J]. 编辑学报, 2011, 23(5): 422

(2014-05-12 收稿; 2014-07-24 修回)

沉痛悼念郭学廉编审

《北京航空航天大学学报》《编辑学报》编辑部原主任、中共党员、离休干部、国务院政府特殊津贴享受者郭学廉编审,因病医治无效,于2015年1月27日在北京逝世,享年82岁。

郭学廉编审1933年10月30日生于天津。1952年考入北京航空学院,1957年毕业留校,先后在发动机结构强度教研室、靶六设计室、科研处学术交流科、学报编辑部工作,历任教研室副主任、学术交流科科长、编辑部主任。

郭学廉编审是一位具有丰富编辑经验的资深编辑。他1980年担负起《北京航空学院学报》复刊重任,重新组建了编委会和编辑部。1989年学报获得国家正式刊号;1992年被《中文核心期刊要目总览》收录;1993年被Ei Compendex收录;此后北航学报多次荣获省部级或国家一级学会的优秀科技期刊奖。他曾主讲科技写作课,担任科技编辑业务培训教员,参与《科技书刊标准化18讲》等著作的撰写。他多次担任各级优秀科技期刊奖的评委。2001年他兼任《编辑学

报》编辑部主任。

郭学廉编审热心科技期刊社团工作,在业界享有很高的声誉。他于1984年参与北京高校自然科学学报研究会的筹建工作,成立后担任理事、常务理事。1986年参与中国高校自然科学学报研究会的筹建工作,成立后担任理事、副秘书长。1991年他创建了航空高校学报研究会并任理事长。曾荣获“高校学报突出贡献奖”等诸多奖励。

郭学廉编审学风正派,刚直不阿,淡泊名利;对工作认真负责、勤勤恳恳、甘于奉献;作为科技期刊界的前辈,他学识渊博、治学严谨、为人谦和、奖掖后学,为科技期刊学研究、编辑人才培养奉献了大量心血,为推动我国科技期刊事业发展做出了卓越贡献。

郭学廉编审的遽然辞世,是科技期刊界的一大损失,也使我们失去了一位良师益友;但他的道德、文章、人格风范,治学精神将永存于世,垂范后人。我们将永远怀念他!

安息吧,郭学廉编审!